

ABSTRACT

This research is to find out the influence of Tourist Attraction, Destination Image and Electronic Word of Mouth on Visit Intention Atlantis Water Adventures Ancol case study. The subjects in this study were consumers who were interested in visiting Atlantis Water Adventures Ancol. The sample used in this study was 189 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. Analysis of the data used is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that the Travel Attraction has a significant positive effect on Visiting Interest. Destination image has a significant positive effect on Visiting Interest and Electronic Word of Mouth has a significant positive effect on Visiting Interest.

Keyword: Tourist Attraction, Destination Image, Electronic Word of Mouth, Visit intention, Atlantis Water Adventures



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Studi Kasus *Atlantis Water Adventures* Ancol. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang berminat berkunjung ke *Atlantis Water Adventures* Ancol. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 189 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berkunjung. Citra Destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berkunjung dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berkunjung.

Kata Kunci : Daya tarik Wisata, Citra Destinasi, *Electronic Word of Mouth*, Minat Berkunjung, *Atlantis Water Adventures*

